

## Reseña bibliográfica

### *El Derecho de Propiedad Intelectual de los Consumidores*

**de José Carlos Mallma Soto**

Lima (Perú), Grupo Editorial Lex & Iuris SAC, 2025, 272 páginas.

\* \* \* \*

**Pablo Paz Zorrilla**

Centro de Propiedad Intelectual e Innovación, Universidad de San Andrés

pablo.pazzorrilla@outlook.com

En un contexto jurídico donde los derechos de propiedad intelectual y los derechos de los consumidores suelen abordarse como intereses enfrentados, el libro *El Derecho de Propiedad Intelectual de los Consumidores*, del jurista peruano José Carlos Mallma Soto, propone un valioso y necesario punto de convergencia. Su obra se erige como una de las pocas en el ámbito iberoamericano que articula un enfoque sistemático de la propiedad intelectual desde una óptica proconsumidor, sin desmerecer la función estructural que tienen los derechos exclusivos en la promoción de la creatividad, la innovación y la libre competencia.

Dividido en cinco partes, el texto presenta una estructura didáctica, casi pedagógica, que le permite al lector avanzar desde los principios generales del derecho del consumidor hasta los aspectos más técnicos y controversiales de la propiedad intelectual. Cada capítulo está diseñado con una lógica que propicia la reflexión crítica y estimula la problematización jurídica.

Particularmente destacable es la Parte I, en la que Mallma revisa el concepto de “consumidor” desde una perspectiva histórica, fun-

cional y comparativa, evidenciando las tensiones entre el modelo clásico y la realidad contemporánea marcada por asimetrías informativas, nuevos actores como el microempresariado y las complejidades propias del comercio digital.

A través de una estructura sistemática, el autor propone y desarrolla una “teoría proconsumidor de la propiedad intelectual”, con un sólido respaldo normativo, jurisprudencial y dogmático. Lejos de limitarse a un enfoque estrictamente tradicional, el texto aspira a una nueva perspectiva para los fines y fundamentos del sistema de propiedad intelectual, situando al consumidor en un lugar central, tanto como beneficiario de sus efectos como partícipe activo en su configuración. En ese sentido, se propone una resignificación de la propiedad intelectual, no solamente como incentivo a la creación e innovación, sino también como herramienta que debe estar al servicio del acceso efectivo a los bienes culturales, tecnológicos y científicos en condiciones de equidad y transparencia.

El enfoque interdisciplinario del texto, nacido de las áreas de práctica del autor (propiedad intelectual, derecho del consumidor y derecho corporativo), permite observar los puntos de contacto entre esferas jurídicas que, en la mayoría de los ordenamientos, se regulan de manera fragmentada, aunque en la práctica administrativa converjan en organismos reguladores como el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) en Perú, donde se articulan políticas de protección al consumidor, promoción de la competencia y gestión de la propiedad intelectual.

El autor desmitifica la idea de que la propiedad intelectual es únicamente un derecho de titulares o creadores, desarrollando una teoría proconsumidor en la Parte II. Aquí se plantea que la propiedad intelectual, lejos de ser una trinchera de exclusividades, puede y debe armonizarse con el interés público, especialmente cuando afecta el acceso a la cultura, a los medicamentos, al conocimiento o a bienes culturales.

Este punto de vista es respaldado con sólidos fundamentos normativos, tanto del derecho internacional (como los principios del Acuerdo ADPIC y el Convenio de Berna) como del derecho nacional peruano, en una muestra del rigor doctrinal con el cual el autor articula su postura.

Las Partes III, IV y V —dedicadas al derecho de autor, los signos distintivos y las patentes, respectivamente— constituyen el núcleo técnico del libro. Mallma revisa cada derecho de propiedad intelectual descomponiéndolo en sus elementos morales y patrimoniales, para luego analizar su repercusión concreta en los derechos del consumidor.

En el terreno del derecho de autor, el análisis de las excepciones —como la parodia, el uso justo y la regla de los tres pasos— demuestra un enfoque profundamente democrático de los bienes culturales. En el caso de las marcas, el libro detalla con claridad los riesgos de confusión, asociación y dilución, explorando el rol de los signos distintivos en la protección del consumidor medio. Finalmente, en cuanto a las patentes, se ofrece un tratamiento fino del equilibrio entre innovación e interés público, incluyendo las licencias obligatorias, el agotamiento del derecho y el uso justo.

El abordaje de los conceptos de monopolio legal vs. monopolio económico es especialmente valioso en tiempos donde el discurso público tiende a confundirlos, contribuyendo a debates más informados y menos ideologizados sobre el acceso a tecnologías esenciales o medicamentos.

El análisis se despliega con especial atención al marco normativo peruano y de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), lo que hace que la obra resulte particularmente útil para los operadores jurídicos e institucionales de la región andina. Además, integra referencias comparadas con jurisprudencia relevante del derecho internacional, especialmente del ámbito europeo y estadounidense, lo que otorga un valor adicional a su estudio por parte de académicos y profesionales del derecho económico y de la propiedad intelectual.

Un párrafo aparte merece uno de los aportes doctrinales más significativos del libro, la formulación de la “teoría de los bienes incompletos”. A partir del deber de idoneidad que impone el derecho del consumidor, el autor postula que la idoneidad de un producto (la correspondencia entre lo que el consumidor espera y lo que efectivamente recibe) debe ser evaluada de acuerdo con la propia naturaleza del producto y su aptitud para satisfacer la finalidad para la que existe en el mercado. Un producto o servicio que ha sido desnaturalizado en sus elementos funcionales esenciales —por ejemplo, al omitir

deliberadamente características imprescindibles para su uso seguro y eficaz— puede considerarse jurídicamente incompleto. Esta teoría se apoya en tres principios: la indisponibilidad de la idoneidad, su irreversibilidad una vez alcanzada cierta mejora técnica o contractual y su indivisibilidad en cuanto unidad funcional mínima. Esta conceptualización busca brindar herramientas interpretativas útiles para evitar prácticas de segmentación que, bajo una aparente ampliación de la libertad de elección del consumidor, terminan vulnerando sus derechos más básicos. Eso significa que los bienes y servicios que son contrarios a su naturaleza o incapaces de satisfacer su finalidad no deberían ofrecerse a los consumidores por no ser idóneos.

Desde una mirada crítica, podría señalarse que el texto —aunque profundo— deja abiertas algunas aristas para el debate: por ejemplo, una mayor exploración empírica de los impactos reales de las excepciones en el acceso a bienes culturales o tecnologías; no obstante, esto no opaca su gran valor como obra teórico-práctica, capaz de ofrecer herramientas conceptuales y jurídicas tanto a legisladores, abogados, jueces como a consumidores empoderados y académicos interesados en el cruce entre propiedad intelectual y justicia social.

*El Derecho de Propiedad Intelectual de los Consumidores* es una interesante obra de referencia en su temática. Su mayor mérito estriba en haber logrado articular —con claridad, profundidad y vocación crítica— una visión de la propiedad intelectual al servicio del interés público y la equidad, sin por ello despojarla de su función incentivadora de la creatividad, la innovación y la libre empresa. Constituye una valiosa e inusual contribución académica y doctrinaria en el cruce de caminos entre la protección al consumidor y la propiedad intelectual. En un campo donde predominan los abordajes centrados únicamente en los derechos exclusivos de los titulares, esta obra introduce una renovadora perspectiva centrada en el consumidor, dentro de un marco jurídico donde confluyen también la competencia desleal y la defensa de la competencia, en particular en la experiencia institucional del Perú.

En suma, *El Derecho de Propiedad Intelectual de los Consumidores* es una obra que invita a repensar los pilares del sistema de propiedad intelectual desde un enfoque que privilegia el interés público. Al hacerlo, contribuye a llenar un vacío importante en la bibliografía jurí-

dica regional con una propuesta teórica clara, propositiva y anclada en la realidad normativa y jurisprudencial de América Latina. Su lectura es recomendable tanto para académicos como para funcionarios, abogados y decisores públicos que se desempeñen en el ámbito del derecho económico, el consumo, la innovación y la propiedad intelectual.

En tiempos donde el conocimiento y el acceso a la cultura son bienes disputados, esta obra resulta recomendable para repensar los derechos de propiedad intelectual no como fines en sí mismos, sino como medios para la realización de derechos fundamentales.

\* \* \* \*

**Conflicto de intereses**

El autor declara no poseer conflicto de interés alguno.

DOI: <https://doi.org/10.26422/RIPI.2025.2200.paz>

